大数据分析与应用

——基于数据挖掘技术的运营管理实战培训

专家：王道海

专家介绍

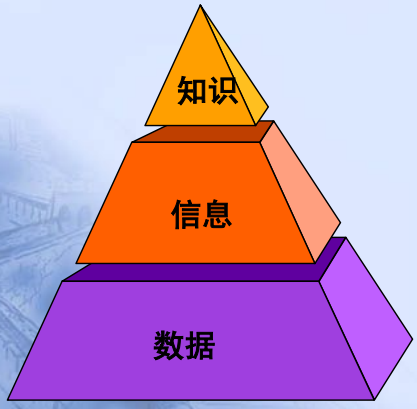
王道海—互联网运营专家

- 王道海——国家级信息化专家，著名大数据管理专家！
- 荣誉：国家级信息化专家——国家信产部信息化管理师授课专家！
- 教育背景：北京理工大学信息化博士、六西格玛黑带。
- 曾任职务：先后在新浪、搜狐、北大方正、大唐移动等著名互联网企业担任项目经理、产品经理、运营总监等职位。
- 现任：天下伐谋咨询高级合伙人，全国独家讲师、互联网学院院长！

王道海老师与国际数据管理大师—雅各布森博士同台演讲！

什么是数据分析？

是把隐没在一大批看来杂乱无章的数据中的信息，集中、萃取和提炼出来，以找出所研究对象的内在规律。



将信息与实际经营相结合，产生的规律性的总结。最后，导出解决方案或商业预测。

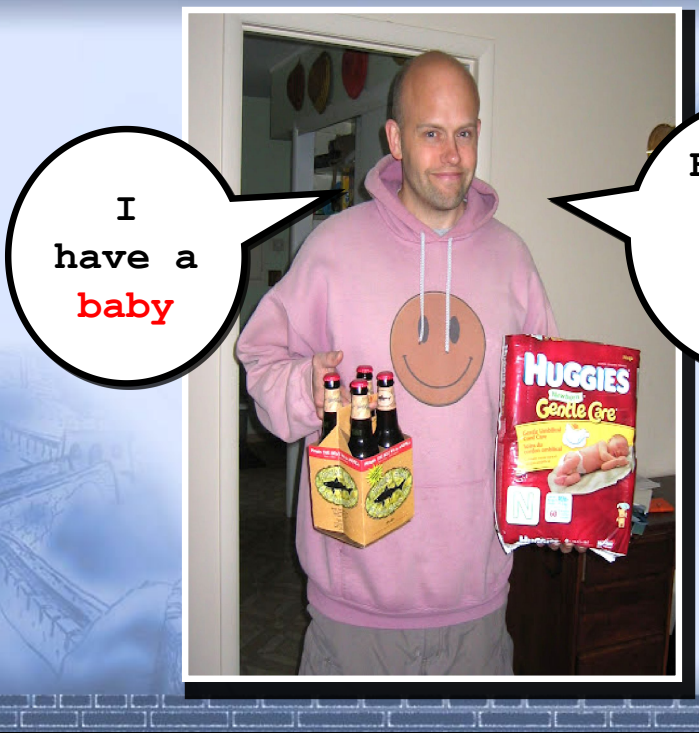
对数据的解释：单一数据信息反应，交叉性数据对比的信息反应

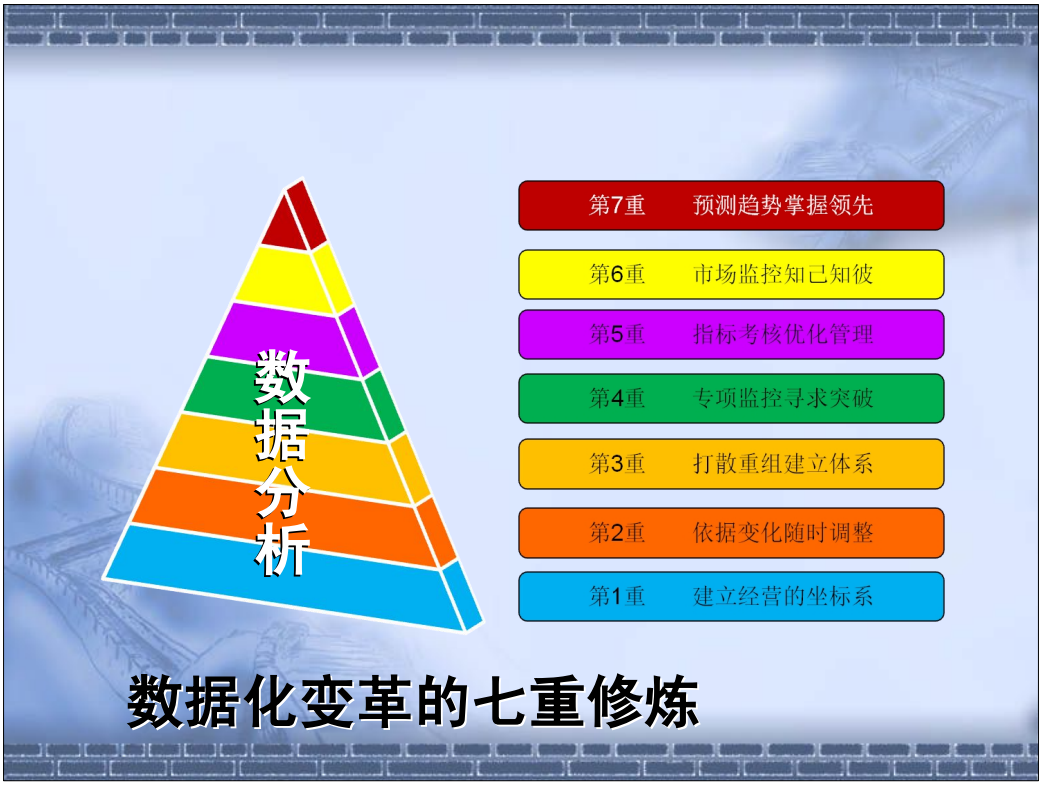
单纯的数据

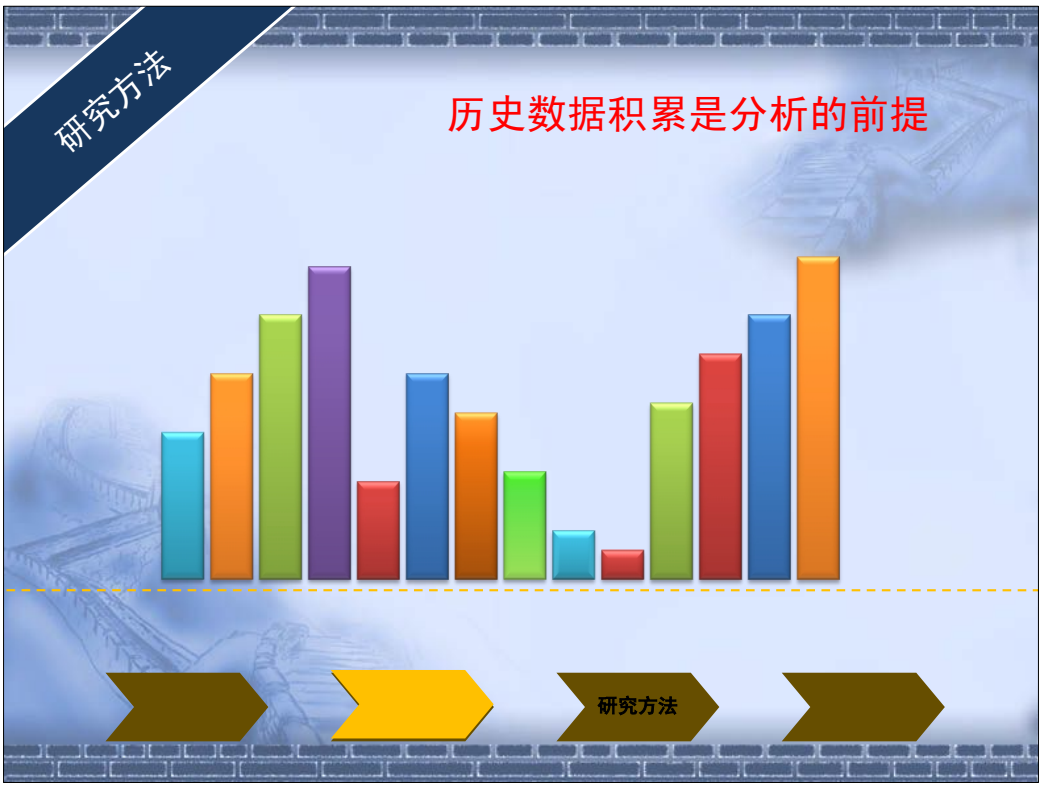
聚类
Clustering
关联规则
Affinity grouping or association rules
预测
Prediction
估计
Estimation
描述和可视化
Description and Visualization
分类
Classification
其他
other

为什么要做大数据挖掘？

尿布与啤酒

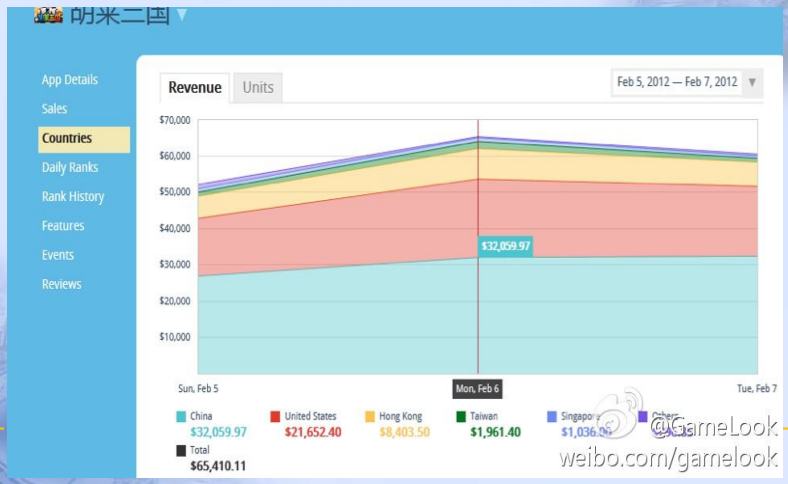



数据分析
第7重 预测趋势掌握领先
第6重 市场监控知己知彼
第5重 指标考核优化管理
第4重 专项监控寻求突破
第3重 打散重组建立体系
第2重 依据变化随时调整
第1重 建立经营的坐标系
数据化变革的七重修炼


研究方法
历史数据积累是分析的前提
研究方法

范例

大家看出问题在哪里了吗？



范例

1　建立经营的坐标系

1　经营参考坐标系

知道自己-几斤几两？

知道自己-身在何方？

知道自己-该往哪走？

2　掌控趋势随时调整

2　掌控趋势随时调整

服装鞋帽类生意，有着流行趋势变化快、销售时段相对较短的特点。

只有及时掌握了服装销售及市场顾客需求情况及其变化规律，才能根据消费者对营销方案的反应，迅速调整产品组合及库存能力，调整产品价格能力、改变促销策略，抓住商机，提高商品周转速度，减少商品积压。

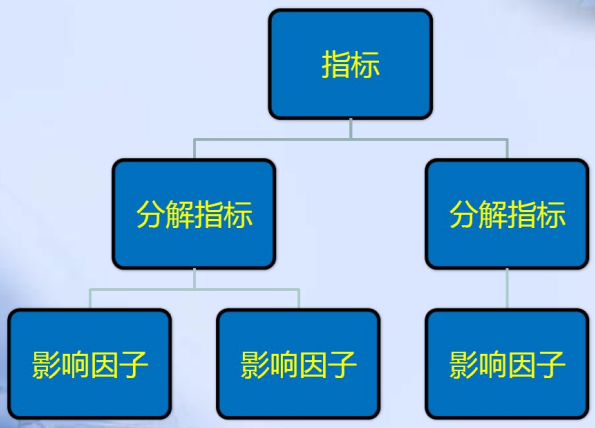
2　掌控趋势随时调整

经营坐标系+数据日志

随时对销售、经营、管理进行诊断，及时调整原有计划或者执行中存在的问题。

3　打散重组建立体系

销售管理指标体系——示范建立



3　打散重组建立体系

销售额　（1次分解）

计划提高20%

= 流量 X 转化率 X 客单价

流量需要提高20%

假定转化率、客单价不变

3　打散重组建立体系

流量　（2次分解）

假定原流量30万，计划提高20%，目标是36万

=推广流量 + 搜索流量 + 其他

推广流量需
从原来10万
提高到16万
增长60%

假定原来搜索及其他流量
为20万，且维持不变

3　打散重组建立体系

推广流量

硬广

钻石展位

直通车

淘宝客

专题活动

（3次分解）

假定原来除直通车以外，其他
推广手段未采用，且维持不变

直通车推广流量需从原来10万，
提高到16万，增长60%

3　打散重组建立体系

直通车流量（4次分解）

计划从原来10万，增长到16万，提高60%

=展现量　　X　　点击率

计划从原来1000万提高到1450万，增长45%

计划从原来1%提高到1.1%，增长10%

提升流量同时还需控制成本
推广毛利润>0（正常情况）

推广毛利润=产品毛利润-广告成本
> 0　　60

产品毛利润=销售额-产品成本（含运营成本）
200　　140

销售额=点击量 X 转化率 X 客单价
100　　2%　　100

广告成本=点击量 X 点击单价
< 60　　100　　<0.6

3　打散重组建立体系

展现量　（目标提高到1450万）　（5次分解）

1、关键词：增加关键词数量和优质关键词

2、排名：提高竞价排名

找出所有影响因子……

点击率（目标从1%提升到1.1%）　（5次分解）

1、推广：提升图片吸引力，加入促销语言

2、产品：更换更有力商品，降低价格

找出所有影响因子……

4　专项监控寻求突破

UV转化率=callin转化率 x 询单转化率

Callin转化率

页面设计	=> 专业、精美、风格化
商品展示	=> 搭配、细节、卖点、描述
商品陈列	=> 首页选择、关联推荐、分类
促销活动	=> 满送、满减、打折、包邮
产品及品牌	=> 质量、价格、品牌、附加值

4　专项监控寻求突破

某月推广——简单示范

	1	2	3	4	5
流量/万	24	16	18	20	25
评估	高	低	低	中	高
拍摄	真人街拍	实物平拍	真人棚拍	真人街拍	外模街拍
促销	包邮	满减	满送	满减	包邮
商品价位	100	150	200	150	100
……					

成功：是否和包邮促销有关？
失败：是否和商品价位过高有关？

4　专项监控寻求突破

特定事件+数据监控

— 发掘共性及变量

— 找出解决突破口

5　指标考核优化管理

UV转化率=callin转化率 x 询单转化率

- 询单转化率
- 响应速度
- 服务态度
- 销售能力
- 人手配备
- 其他……

客服部　主要考核指标

1、销售额、销售量
2、询单转化率
3、推荐率（新品/清仓）
4、客单价
5、客件量
6、退货率
7、响应速度
8、打字速度

5　指标考核优化管理

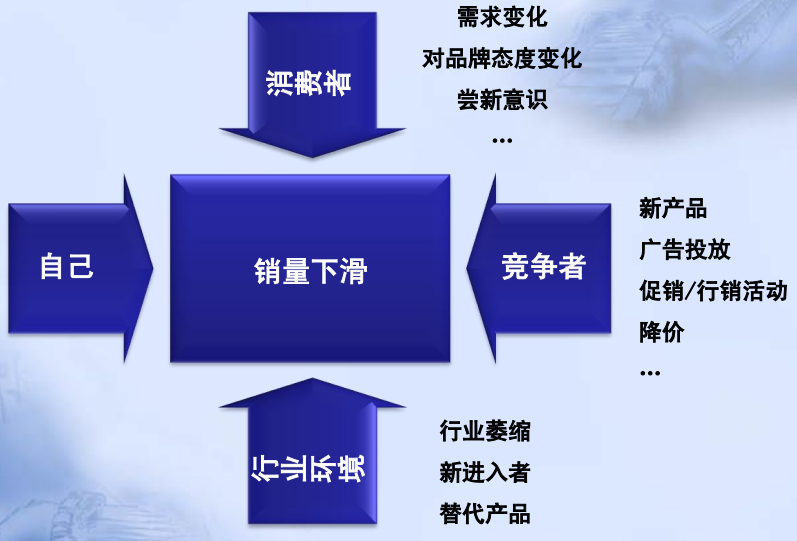
关键指标+针对性考核

— 提高工作绩效

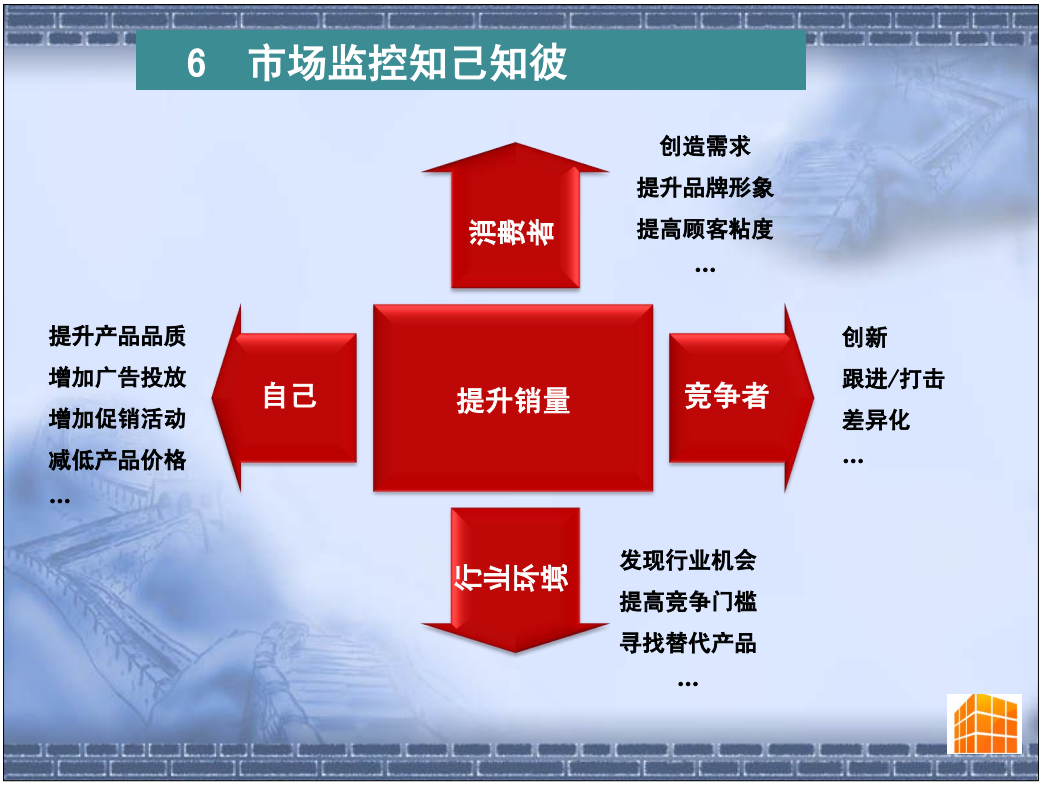
— 优化经营管理

指标管理主要抓：培训和奖罚

6　市场监控知己知彼



6　市场监控知己知彼



6　市场监控知己知彼

1、竞争对手数据收集

销量、流量、活动、热卖品、广告、价格、定位、装修、评价等能收集到的所有信息。

2、消费者数据收集

行业消费者特征及习惯：时段、地域、年龄、性别……

已购消费者数据库分析：最近一次消费、消费频率、消费金额

待购消费者问卷式调研：基本情况、搜索来源、个人喜好

3、行业环境数据收集

行业份额及趋势、子行业热卖及飙升、品牌及产品的热卖

6　市场监控知己知彼

7　预测趋势掌握领先

1、建立多变量预测模型

2、评估模型的有效性

3、企业外部变量的选择和过滤

数据可以证明一切

大数据管理，还有63张PPT下一节课时发给大家！